



Manfred Prisching

Bluff-Menschen

Selbstinszenierungen
in der Spätmoderne

BELTZ JUVENTA

Manfred Prisching
Bluff-Menschen

Manfred Prisching

Bluff-Menschen

Selbstinszenierungen
in der Spätmoderne

BELTZ JUVENTA

Der Autor

Manfred Prisching, Jg. 1950, Mag. rer. soc. oec., Dr. jur., ist Professor am Institut für Soziologie der Universität Graz. Seine Arbeitsschwerpunkte sind soziologische Theorie und Ideengeschichte, Wirtschafts- und Politiksoziologie sowie Gegenwartsanalyse.

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme.



Dieses Buch ist erhältlich als:

ISBN 978-3-7799-6062-1 Print

ISBN 978-3-7799-5360-9 E-Book (PDF)

ISBN 978-3-7799-5362-3 E-Book (ePub)

1. Auflage 2019

© 2017 Beltz Juventa

in der Verlagsgruppe Beltz · Weinheim Basel

Werderstraße 10, 69469 Weinheim

Alle Rechte vorbehalten

Herstellung: Ulrike Poppel

Satz: publish4you, Engelskirchen

Druck und Bindung: Beltz Bad Langensalza GmbH, Bad Langensalza

Printed in Germany

Weitere Informationen zu unseren Autor_innen und Titeln finden Sie unter:

www.beltz.de

Inhalt

Einleitung	9
A Das Selbst – Individualisierung und Singularisierung	17
Individualisierung: eine starke Ideologie	17
Ichismus, Ich-Jagd, Ichologie	22
Die Vereinzigartigung von allem	23
B Die Maske – Konformisierung und Normalisierung	29
Verstehbarkeit alltagsweltlicher Wahrnehmungen	29
Der Druck gesellschaftlicher Funktionalitäten	33
Maschinerie, Selbstzwang, Vereindeutigung	36
Landschaft der Gegensätze	38
C Der Bluff – die Vereinbarmachung des Unvereinbaren	41
Leben im Widerspruch	41
Domestizierte Originalität	50
D Der Bluff – die Akzeptanz des Nichtgeltenden	52
Varianten des Bluffs	54
Bluff-Dynamiken	61
Bluff I: Das wahre Selbst	66
Sein und Design	66
Freie Entscheidungen über das Selbst und ihre Grenzen	70
Das selbstentfaltende Individuum	73
Die Konstellation der Andersheit	77
Das innere Erleben als Anker	81
Die gebastelte Identität	85
Leiden am Selbst	90
Bluff II: Ganzheitlichkeit, Flüchtigkeit, Vereinzigartigung	98
Nichtflüchtige Identität	98
Flüchtige Identität	100
Metrisierung und Granularisierung	107
Glücks-Tracking	114

Bluff III: Masken, Moden, Stile	118
Individualistische Masken	119
Maske und Höflichkeit	124
Die Suche nach dem eigenen Typ	126
Praktiken der Selbststilisierung	128
Gesten, Feedback, Unbefangenheit	132
Seitenblicke, Gesellschaftersatz, Mitläufertum	135
Vom Auffälligen zum Pathologischen	136
Bluff IV: Aussteiger, Konforme, Popoide	140
Konformer Protesthabitus	142
Die Außerordentlichkeit der Popkultur	145
Chaos-Training und Aufmerksamkeitskonkurrenz	150
Reziproke Belobigung	154
Visualisierung	155
Bluff V: Adaptierung, Regulierung, Disziplinierung	157
Die Regelmäßigkeit des Spontanen	157
Die Marktkonformität der Selbste	162
Die Romantik des Arbeitslebens	164
Bluff VI: Optionen, Steigerung, Luxus	169
Der Keynes'sche Doppel-Bluff	170
Konsumistische Identität	172
Die optionalistische Gesellschaft	184
Das Steigerungsspiel	193
Optionseinschränkungen	198
Die zweidimensionale Gesellschaft	201
Influencing	204
Bluff VII: Vergemeinschaftung, Verpflichtung, Stilisierung	206
Die Einsamkeit der individuellen Freiheit	207
Posttraditionale Vergemeinschaftungen	209
Vergemeinschaftung in Lebensstilen	211
Gemeinschafts-Bluff	212
Das Wissen um das Individuum	216
Die identitätspolitische Strategie	218

Bluff VIII: Vernunft, Stars, Euphorie	221
Vernunft- und Emotionsglauben	221
Die grenzenlosen Optionen der besseren Welt	225
Glücksverpflichtung und Melancholieverbot	232
Diskreditierung der Normalität	234
LasVegaisierung der Welt	236
Bluff IX: Sakralität, Transzendenz, Erlösung	241
Die Veralltäglicung von Ekstase	241
Transzendenzverlangen und Selbstvergöttlichung	242
Bluff X: Ratgeber, Therapeuten, Opfer	247
Snake-oil-Identitäts-Ratgeber	247
Marktgängig technisierte Selbst	250
Marktgängigkeit des Selbst	258
Bildungs-Blendwerk	261
Ein umfangreiches Opfer-Panoptikum	267
Bluff XI: Körper, Jugendlichkeit, Schönheit	271
Geschlechter, Familien, Hilflosigkeit	271
Körperkult und Schönheitswahn	278
Das Juvenilitätsgebot	283
Grenzenlose Sexualität	285
Bluff XII: Bullshit, Fakes, Nonsense	292
Desinteresse an der Richtigkeit	293
Die neuen politischen Bullshit-Varianten	296
Wissenschaftlicher Bullshit	301
Schlussbemerkungen	304
Literatur	309

Einleitung

Ein weises, weitblickendes Zitat von Robert Musil – aus seinem Mann ohne Eigenschaften – ist zwar auf Kakanien (auf die alte Habsburger-Monarchie) bezogen, aber es trifft die Verhältnisse der Spätmoderne recht gut:

Nicht nur „die Abneigung gegen den Mitbürger war dort [in Kakanien] bis zum Gemeinschaftsgefühl gesteigert, sondern es nahm auch das Mißtrauen gegen die eigene Person und deren Schicksal den Charakter tiefer Selbstgewißheit an. Man handelte in diesem Land – und mitunter bis zu den höchsten Graden der Leidenschaft und ihren Folgen – immer anders, als man dachte, oder dachte anders, als man handelte. Unkundige Beobachter haben das für Liebenswürdigkeit oder gar für Schwäche des ihrer Meinung nach österreichischen Charakters gehalten. Aber das war falsch; und es ist immer falsch, die Erscheinungen in einem Land einfach mit dem Charakter seiner Bewohner zu erklären. Denn ein Landesbewohner hat mindestens neun Charaktere, einen Berufs-, einen National-, einen Staats-, einen Klassen-, einen geographischen, einen Geschlechts-, einen bewußten, einen unbewußten und vielleicht auch noch einen privaten Charakter; er vereinigt sie in sich, aber sie lösen ihn auf, und er ist eigentlich nichts als eine kleine, von diesen vielen Rinnsalen ausgewaschene Mulde, in die sie hineinsickern und aus der sie wieder austreten, um mit andern Bächlein eine andre Mulde zu füllen. Deshalb hat jeder Erdbewohner auch noch einen zehnten Charakter, und dieser ist nichts als die passive Phantasie unausgefüllter Räume; er gestattet dem Menschen alles, nur nicht das eine: das ernst zu nehmen, was seine mindestens neun andern Charaktere tun und was mit ihnen geschieht; also mit andern Worten, gerade das nicht, was ihn ausfüllen sollte.“ (Musil 1983, Kap. 9)

Das ist unser Thema. Es geht um die Identität der Menschen, um ihre Individualität und ihre vielfachen, miteinander verwobenen Selbste. Und es geht um eine ebenso komplexe spätmoderne

Gesellschaft, in der sie sich behaupten müssen – indem Denken und Handeln, Wollen, Wissen und Tun nicht immer im Einklang stehen, sondern durch Bluff in Balance gehalten werden. Ein hohes Ausmaß an Bluff ist Stabilitätsbedingung der Spätmoderne.

Neben Robert Musil bedienen wir uns auch bei Erving Goffman und seiner Interpretation durch Ronald Hitzler. *Bluff-Menschen sind eine Spielart der Goffmenschen*. Ronald Hitzler hat – in Anspielung auf Goffman – vom *Goffmenschen* gesprochen (Hitzler 1992, 2015): „Der Goffmensch *weiß*, dass er sich auf prinzipiell unsicherem Terrain bewegt; er *weiß*, dass er ständig Probleme zu bewältigen, Antworten zu suchen und Rätsel zu lösen hat. Eben deshalb hat er – jedenfalls (und in der Regel auch *nur*) solange ihm die anderen nicht auf die Schliche kommen – zunächst einmal relativ gute Chancen, zu realisieren, was er warum auch immer realisieren will.“ (Hitzler 2015, 63) Er kann uns also über sich Einiges erzählen; nicht Beliebigen, denn das würden wir nicht glauben, aber es gibt beträchtliche Spielräume. Somit kann er auch bluffen.

Es wird uns aber nur ein spezifisches Problem dieses Verhaltens interessieren: der Umstand, dass in der Spätmoderne persönliche Identität zu einem kulturell beherrschenden Thema geworden ist und spezifische Individualität sich hat entfalten können. Da zur selben Zeit die Gesellschaft vernetzter, interdependenter und komplexer geworden ist, tun sich Widersprüche auf. Diese Widersprüche können nur durch die Nutzung und Entfaltung von Bluff gelöst werden. Individuen operieren mit Bildern, Regeln, Ideen, Verfahrensweisen, Deutungen, an die sie selbst nicht (oder bestenfalls halb) glauben, die aber praktikabel oder jedenfalls alternativlos sind. Bluff soll verweisen auf die „schwebenden“, flüchtigen Verhältnisse, in denen man sich bewegen und mit denen man operieren muss, von denen man aber gleichzeitig weiß, dass sie nicht wirklich stimmen oder gelten; Symbolisierungen und Mythisierungen von Individuen, Institutionen, Gütern, Situationen, von denen man weiß, dass sie nicht das „Reale“ direkt abbilden. Bluff soll bedeuten, dass man mit dem Imaginären vertraut geworden ist, dass man unsicher geworden ist, wo die Unterschiede zwischen Realität und Fiktion

liegen – aber dass man mit diesen schwebenden Verhältnissen arbeitet, weil man nichts anderes hat. Das fängt bei der Stilisierung des „einzigartigen Individuums“ an: Jeder muss sich um seine Besonderheit, ja Einzigartigkeit bemühen, und ganz im Geheimen weiß doch jeder, dass es damit nicht so weit her ist. Es gilt aber auch für andere Regelsysteme, dass es sich eher um Imaginäres als wirklich Gültiges handelt: die gängigen Beschreibungen kreativ-dynamischer Mitarbeiter und ihrer unglaublichen Karriereaussichten, die verantwortungsbewusst-moralischen Selbstdarstellungen von Politikern, Selbstinszenierungen durch Kosmetik und Mode, die Evaluierungsprozesse von wissenschaftlichen Einrichtungen, das Verantwortungsbewusstsein von Banken, die Versprechungen esoterischer Szenen, die Treuherzigkeit religiöser Proponenten ... Bluff soll nicht eingeschränkt sein auf: Betrugsabsicht, Täuschung zum Zwecke der Vorteilsgewinnung. Ein bisschen Selbsttäuschung ist ja auch immer dabei. Es ist eher eine Akzeptanz von Regeln, von denen man – in ruhiger Stunde – weiß, dass sie fragwürdig sind, dass sie nicht „an sich“ gelten, dass sie nicht leisten, was sie versprechen, dass es sich, genau genommen, um Unsinn handelt. Aber wenn man nichts anderes hat, ist Leben mit dem Bluff ein brauchbarer Interaktionsmechanismus. Bluff ist nicht als Lüge gemeint, die Behauptung seiner allgegenwärtigen Existenz wird nicht als Kulturkritik vorgebracht; es geht einfach darum, zu verstehen, wie in der Gegenwartsgesellschaft die unzähligen Widersprüche, in welche die Menschen mit ihrer Individualität verwickelt sind, durch Storys und Bilder, durch Symbole und Mythen, durch Verhüllungen und Verzerrungen überbrückt werden.

Die Besonderheit in der späten Moderne liegt darin, dass man von dieser Bluff-Haltigkeit irgendwie, halb oder ganz, „weiß“, ja dass sie in vielen Situationen erwartet wird, also zu den Spielregeln der Gesellschaft gehört, und dass die mit dem Bluff verbundene Leistung, eine glaubwürdige Selbstinszenierung zustande zu bringen, als solche positiv bewertet und gewürdigt wird. Es handelt sich also nicht nur um die alte These, dass man gar nicht anders handeln kann, als Theater zu spielen, sich anderen zu „präsentie-

ren“ und sich zu „inszenieren“, gewissermaßen seine „beste Seite“ zu zeigen; das haben schon Georg Simmel und Erving Goffman und andere gesagt, und Theorien von Rollen, Stilen, Milieus, Habitus und dergleichen gehören zum soziologischen Grundwissensbestand. Es handelt sich um die stärkere These, dass ein zumindest *halbes Bewusstsein von dieser Künstlichkeit* besteht und dass bestimmte Formen des Inszenierungsspiels zur nicht nur akzeptierten, sondern sogar geforderten Selbstverständlichkeit alltäglichen Handelns gehören. Es gehört dazu die Unernsthaftigkeit, die Robert Musil beschreibt, und die als Unernsthaftigkeit ernsthafte Auswirkungen zeitigt. Goffman hat den Inszenierungscharakter des Seins und Handelns noch *aufgedeckt*; in der Spätmoderne *wissen* das ohnehin alle: Das Inszenieren ist *part of the game*. Da muss man nichts aufdecken. Ohne Bluff geht es nicht. So ist das Leben.

Ein Jahrzehnt ist es her, dass ich ein kleines Büchlein mit dem dreigliedrigen Titel *Das Selbst. Die Maske. Der Bluff* veröffentlicht habe (Prisching 2009). Es war, den drei Begriffen entsprechend, durch drei einfache Thesen strukturiert. *Selbst*: Die spätmoderne Gesellschaft ist eine individualistische Gesellschaft: „Identität“ ist wichtig, die persönliche und einzigartige Identitätsbildung wird den Individuen angesonnen. Jeder ganz anders. Jeder ein Solitär. *Maske*: Diese Botschaft ist übertrieben – denn in Wahrheit folgt die Logik der originären Identitätsbastelei analysierbaren Mustern und Vorgaben. Es handelt sich eher um eine Gesellschaft des „konformistischen Individualismus“. *Bluff*: Die Kluft zwischen der Behauptung von Individualität, Authentizität und Originalität auf der einen Seite und der manchmal recht trivialen Konformität, Anpassung und Anschlussfähigkeit auf der anderen Seite ist nur zu überbrücken, indem man Bluff einsetzt – Bluff anderen gegenüber und sich selbst gegenüber. – Im letzten Jahrzehnt musste man meines Erachtens keine Abstriche von einer solchen Beobachtung machen.¹ Vielmehr scheint es, dass sich die beschriebenen Tendenzen

1 Das wäre ja im Sinne einer Rationalisierungsthese oder einer Krisenthese denkbar gewesen: Erhöhte Krisenhaftigkeit, stärkerer Wettbewerbsdruck,

weiterentwickelt, fortgesetzt, intensiviert und ausgeprägt haben, nicht zuletzt durch die steigende Bedeutung von Kommunikativierung und Visualisierung (Knoblauch 2016). Das Buch über *Selbst. Maske. Bluff* ist seit Jahren vergriffen, und der Verlag Beltz Juventa hat die Idee ventiliert, eine Neuauflage in Angriff zu nehmen. Das muss den Autor freuen, veranlasst aber zu Überlegungen:

- Im raschen spätmodernen Wandel ist im letzten Jahrzehnt Einiges geschehen.
- Soziologinnen und Soziologen sind fleißige Menschen, die über den Zeitraum eines Jahrzehnts durchaus manche mit dem Thema in Zusammenhang stehende Erkenntnisse produzieren und publizieren. Wissenschaft ist ein kollektiver Prozess.
- Ich stütze mich auf Belege aus dem „Leben“ (insbesondere aus massenwirksamen Zeitungen und Zeitschriften), und da lassen sich auch neuere Fundstücke ergänzen.
- Das damalige Buch hat sich auf die Schilderung der Phänomene beschränkt, gesellschaftstheoretische Überlegungen sollten deshalb verstärkt werden.

Schon im neuerlichen Überfliegen des seinerzeitigen Textes wurde klar: Da ist vieles neu zu fassen. Letzten Endes wurde mehr als die Hälfte neu geschrieben, bei einer solchen Dosierung der Veränderungen wäre es verwirrend, von einer Neuauflage unter demselben Titel zu sprechen. Also reden wir unter einem neuen Titel vom *Bluff-Menschen*.

Vernünftigkeitsschübe durch die elektronische Welt oder ähnliche Argumente könnten darauf hinauslaufen, dass die Identitätsbasteleien im Grunde Luxusprobleme oder Spielereien dargestellt haben, die rasch verschwinden, wenn die Winde rauer wehen. Aber die großen Apparaturen der Spätmoderne scheinen (zumindest in diesem Sinne) keinen durchdringenden Rationalisierungseffekt zu haben und die Krisensequenzen, die nach dem Jahre 2008 eingesetzt haben, scheinen alle möglichen Effekte zu zeitigen, doch nicht unbedingt Tendenzen auszulösen in Richtung einer kollektiven oder individuellen Vernünftigkeit.

Vorneweg muss aber gesagt werden, was dieses Buch *nicht* ist:

- Es ist kein *verschwörungstheoretisches* Buch (wir werden von mächtigen Gruppen, Konzernen oder undurchsichtigen Hintermännern geblufft, wir leben deshalb in einer Welt der Simulationen, der Unmündigmachung).
- Es ist kein *therapeutisches* Buch, das darauf abzielt, Leserberatung oder Lebensberatung zu betreiben (wir müssen den Bluff durchschauen und uns von ihm befreien, damit wir das Wirkliche und Wichtige erkennen und das Leben nicht verpassen).²
- Es ist kein *moralisches* Buch zur Rettung der Welt oder zur Tröstung der Individuen, denn es wird nicht der Ehrgeiz erhoben, den Menschen zu sagen, wie sie (besser) leben sollen, den Politikern, wie sie richtig zu handeln hätten, oder den Journalisten, was sie schreiben müssten, wenn sie abendländischen, aufklärerischen, kritischen oder anderen Ansprüchen gerecht werden wollten. Es ist kein Rezeptbuch zur Krisenvermeidung und keine Blaupause für die Gestaltung einer anderen Gesellschaft.
- Es geht nicht um das Thema des *professionellen/kriminellen Bluffs*, also nicht um Heiratsschwindler, falsche Grafen und ausgewiesene Hochstapler (Saehrendt und Kittl 2011).³

2 Es gibt eine weit ausgefächerte Ratgeberliteratur, die manchmal gehaltvoll, manchmal höchst trivial ist. Wer therapeutische Leitlinien sucht, ist beispielsweise bei Manfred Lütz gut bedient, der sich mit dem Bluff (mit dem Untertitel: Fälschung der Welt) beschäftigt (Lütz 2014). Aber in den Buchhandlungen finden sich ganze Regale mit einschlägigen Werken.

3 Es handelt sich also nicht um einen Nachklang von Carl Zuckmayrs Geschichte über den Hauptmann von Köpenick, der in selbstgeschneiderter Uniform einige Soldaten requirierte und das Berliner Rathaus besetzte, um sich der dortigen Kasse zu bemächtigen – eine Geschichte aus der alten Welt, welche die Durchschlagskraft des preußischen Militarismus zum Ausdruck brachte (Zuckmayer 1978). Es handelt sich auch nicht um einen Nachklang von Thomas Manns Hochstapler, obwohl Felix Krull durchaus eine ganze Reihe von Sichtweisen an den Tag legt, die mit vielen Beschreibungen von Mentalitäten und Einsichten einer spätmodernen Zeit korrelieren – eine Geschichte, die bereits einen Vorgriff auf später entfaltete Mentalitäten darstellt (Mann 1989).

Wir versuchen, ein bisschen von dem zu verstehen, was im Grunde vor unseren Augen geschieht, was wir aber, im Strom des Geschehens befangen, vielleicht nicht immer in seinen Konturen erkennen können.

Bluff meint Denk- und Handlungssysteme, von denen alle Beteiligten wissen, dass es sich um luftige Gebilde handelt, um prekäre Konfigurationen, die man nicht ganz ernst nehmen kann (oder muss), die aber dennoch Rahmen und Vorgaben für das Handeln darstellen, an die man sich halten kann (oder muss). Bluff ist die Ahnung, dass die Verhältnisse, von denen man sich tragen lässt, nicht tragen; dass man mit Spielregeln umgeht, die eigentlich das nicht leisten, was sie leisten sollen; dass man sich mit anderen auf einen Sachverhalt einigt, von dem die Beteiligten wissen, dass es ihn in dieser Weise gar nicht gibt.

Es geht also nicht nur um gesellschaftliche Oktroyierungen, um persönliche Inszenierungen, um Verhaltensunsicherheiten oder Täuschungen. Bluff kommt deshalb ins Spiel, weil man (zumindest vermutend, ahnend, spekulierend, witternd, verdrängend) weiß, dass man mit Fiktionen operiert.

Wir sind besonders an jenen Varianten des Bluffs interessiert, die nicht die konventionelle Bluff-Relation abbilden: A blufft B, A verschafft sich dadurch Vorteile, B ist der Verlierer. Vielmehr handelt es sich vielfach um ein Verhältnis, bei dem sowohl A als auch B wissen, dass die (vagen) Spielregeln Fiktionen, Imaginationen, Simulationen, Kopien, Metaphern, Games einschließen. Es sind „schwebende Verhältnisse“ – dies sind soziale Konfigurationen, in denen Prämissen oder Rahmungen Verwendung finden, die man glaubt, aber doch nicht ganz glaubt.⁴ „Schwebende Verhältnisse“ (im Sinne der hier verwendeten Bluff-Begrifflichkeit) liegen vor,

4 Es gibt derartige „schwebende Verhältnisse“ auch anderswo, etwa bei Kindern, die einer Veranstaltung mit Krampussen oder Perchten beiwohnen, die einer Theateraufführung für Kinder folgen oder die spielerisch den Großvater einen Löwen mimen lassen. In diesen Fällen wird gewusst, dass die Inszenierungen nicht „wirkliche“ Gefahren bergen, und gerade deshalb kann sich die entsprechende „Angstlust“ entfalten. Die Konstellation ist so in Schweben, dass es geschehen kann, dass bei kleinen Kindern die

wenn der Erwerb von Konsumgütern mit der Erwartung verbunden wird, dass damit tatsächlich ein „neues Leben“ einbegleitet oder man in der Nutzung ein „neuer Mensch“ wird (im Geheimen weiß man, dass dies natürlich nicht der Fall ist); wenn Geisteswissenschaftler selbst in Kategorien von Evaluierungen und Rankings zu denken beginnen (von denen sie genau wissen – und im Privaten sagen –, dass sie Unsinn sind); wenn ein homöopathisch-veganes Weltbild aufgebaut wird, von dem prägende allumfassende Sinnstiftungspotenziale ausgehen sollen (während man doch weiß, dass die Sache so weit nicht trägt). Fokus der Betrachtungen ist aber in unserem Kontext das Individuum und seine Identität⁵: Wie verortet und gestaltet es sich in einer Welt, in der die Bluff-Verfahren zunehmen?

Angst überhandnimmt, dass die Ambivalenz in Angst umkippt und man eine „Notbremse“ benötigt. (Unversehens gerät das gewünschte Imaginäre in den Verdacht, „wirklich“ zu sein, und man muss rasch Signale der wirklichen Wirklichkeit setzen und dergestalt das Bedrohliche wieder ins Imaginäre verbannen.)

- 5 Deshalb gibt es nur Seitenblicke auf die kollektive Ebene entsprechender Bewusstseinsinhalte: die sich in den letzten Jahren intensivierende „Identitätspolitik“, durch den Aufstieg rechts- und linkspopulistischer Bewegungen, aber auch unter Bezugnahme auf aktuelle Entwicklungen in Russland, der Türkei oder auf dem Balkan (Fukuyama 2019). Die Washington Post titelt zur aktuellen politischen Lage: „People don't vote for what they want. They vote for who they are.“ Und fügt hinzu: „All politics is identity politics.“ Im Artikel heißt es dann: „Identity precedes ideology.“ https://www.washingtonpost.com/outlook/people-dont-vote-for-who-they-want-they-vote-for-who-they-are/2018/08/30/fb5b7e44-abd7-11e8-8a0c-70b618c98d3c_story.html?utm_term=.3a519a8abb63 (abgerufen am 1. September 2018). Es geht um ganz persönliche Identitäten, in denen Individualität und Gruppenzugehörigkeit zusammenfließen sollen; in diesem Sinne wird Tribalismus (Chua 2018) als etwas sehr Persönliches gesehen. Und wenn wir vom Bluff sprechen – wem würde nicht der amerikanische Präsident und die skurrile Geisteswelt des Trumpismus (Prisching 2017) in den Sinn kommen, die „post-truth society“, die Epoche der „fakes“? Das lässt sich nicht abtun mit der richtigen Feststellung, dass Bluff schon immer zu den Kernkompetenzen des politischen Geschäfts gehört hat. Was bei den Trump-Auftritten geschieht, ist die „Feier“ von gemeinsamer und persönlicher Identität, bei der Fakes, von denen jeder weiß oder vermutet, dass es sich nicht um Tatsachen handelt, eine entscheidende Rolle spielen. Vgl. als frühe Analyse Hunter 1991.

A Das Selbst – Individualisierung und Singularisierung

Dass die *Individualisierung* zu den mächtigsten Tendenzen der Gegenwart zählt, ist ziemlich unbestritten: „Was sich nach 25 Jahren Individualisierungsthese sicher sagen lässt, ist, dass sie kaum noch auf Widerspruch stößt. Zwar wird hier und dort noch über das Ausmaß der Individualisierung gestritten, eine insgesamt zu positive Lesart der Befunde moniert oder sogar über die Rückkehr der Klassengesellschaft nachgedacht. All dies aber wird eher im Sinne der Korrekturbedürftigkeit einiger Auswüchse und Übertreibungen der Individualisierungsthese kritisiert, weniger als radikaler Widerspruch.“ Das ist nicht nur ein wissenschaftlicher Befund, das Selbstverständnis ist auch in die Gesellschaft eingedrungen. „Die Individualisierungsthese ist gewissermaßen zum allgemeinen Kulturgut geworden und damit zum Bestandteil der generellen Versozialwissenschaftlichung einer Gesellschaft, die gar nicht mehr bemerkt, dass sie im Rahmen soziologischer Kategorien denkt und sich artikuliert.“ (Schroer 2010, 275)¹

Individualisierung: eine starke Ideologie

Im einschlägigen Vokabular lassen sich ein paar Begriffe unterscheiden. *Individualität*: Jeder Mensch verfügt über eine eigene, intime Innenwelt; dieses Innere kommt im Gesamt seiner Persön-

1 Neuerdings werden allerdings auch kollektive Kategorien wieder stärker ins Spiel gebracht, wie etwa das Streben der Menschen nach Gemeinschaft, Nation oder Familie, ein neuer „Tribalismus“, also „Stammesdenken“; und zuweilen werden solche offenbar auch politisch wirksamen Tendenzen schon als Gegenbewegung, als Backlash gegen die Individualisierung, angesehen. Doch das ist übertrieben: Auch ein solches kollektives Resonanz- oder Einbettungsbestreben geht nicht einher mit einem Verzicht auf die als selbstverständliches Anrecht betrachtete Selbstbestimmtheit.

lichkeit zum Ausdruck (oder es ist geboten, dieses Ich angemessen zum Ausdruck zu bringen); und jeder einzelne ist anders als die anderen, ja letztlich einzigartig, ein Unikat. Individualität ist Ergebnis der *Individualisierung*, und diese bedeutet: Der Mensch wird aus traditionellen Zugehörigkeiten und Bestimmungen freigesetzt; er kann zunehmend über seine Bindungen, Kontakte, Auffassungen und Kommunikationen (mehr oder minder) frei verfügen; er kann seine Besonderheit entwickeln, sie in seine Lebensführung und seinen Lebensstil einfließen lassen. *Individualismus* ist schließlich die Weltanschauung oder Ideologie, die die genannten Charakteristika für gut und wichtig befindet – die gängige „Individualisierungsideologie“.

Die dominierende Auffassung über das Selbst ist die Sicht der *Authentizitätsbehaupter*: Es gibt das wahre Wesen des Menschen, das „Kerninnere“; Natürlichkeit, Selbstentfaltung, Eigentlichkeit; das Unhintergehbare. Damit verbinden sich Botschaften wie: Mut zum Ich; das wahre Ich führt zum Erfolg; das Ich als Kompensation für Kontingenz; die Renaissance des authentischen Subjekts. Hier stehe ich, ich kann nicht anders. Dieses wahre Ich soll in der „Natur“ des Menschen, in der kulturell noch nicht verformten Wesenheit zu finden sein. – Damit wird außer Acht gelassen, dass der Mensch zwangsläufig – seiner Natur nach – ein Kulturwesen ist, also diese naturbelassene Identität von vorneherein eine Fiktion ist; dazu kommen Sozialisation, Rollen, Wahrnehmungen, Alltagserfahrungen und Interaktionen, in denen man erst „Mensch“ geworden ist. Wenn das „wahre Ich“ jenseits all dieser Erfahrungen angesetzt sein soll, tut man sich schwer zu sagen, worum es sich überhaupt handelt – denn der kulturalisierte Mensch (und damit der Mensch überhaupt) verschwindet.

Es gibt noch eine zweite Auffassung im öffentlichen Trivialisdiskurs, die ebenfalls mit dem Individualisierungspostulat verträglich ist, die Position der *Postmoderne*: Das Ich (als hintergründige „Essenz“ der Person) ist eine reine Erfindung; wir sind genau das, was wir scheinen, und etwas anderes gibt es nicht; es gibt nur Bilder, Simulationen; alle Kategorien gehen ineinander über, auch das Echte

und das Künstliche, das Wahre und das Illusionäre; Spiegelungen und Masken; Ich ist ein anderer; Tod des Subjekts. – In dieser Kulturalisierung des Ichs steht es nicht gegen die Kultur, sondern ist Teil von ihr; aber es erliegt zugleich der behaupteten Auflösung der Kultur, ihrer Beliebigwerdung; denn diese ist auch nichts mehr, an dem man sich festhalten kann, bloß ein Reich der Täuschungen und Illusionen. Wenn das wahre Ich nur Knotenpunkt dieser imaginär-fluktuierenden Dinge sein soll, verschwindet der Mensch ebenfalls.

Der Mensch verschwindet aber nicht, lebenspraktisch gesprochen, weder auf die erste noch auf die zweite Weise. Doch die Individualisierungsideologie ist vielleicht sogar die kräftigste Geistesströmung der Spätmoderne. Wer bin ich? Das war einmal eine Frage für Philosophen.² Mittlerweile können sich Jugendzeitschriften kaum noch mit etwas anderem beschäftigen als mit diesen Fragen, dasselbe gilt für Frauen- und Männermagazine. Und für Manager-Ratgeber. Für Marketing-Fachleute und für Psycho-Experten. Welcher „Typ“ sind Sie? Was macht Sie zu etwas „Besonderem“? Es ist eine Frage für die Jüngeren, die erst werden wollen, was sie sich nicht vorstellen können. Eine Frage für die Älteren, denen nahegelegt wird, sich mit einer ungewohnten Lebensphase neu zu arrangieren: Wie lege ich mich an, als lebensvoll-dynamischer Pensionist? Und eine peinigende Frage für Personen mittleren Alters: War das alles? Bin ich das, was ich werden wollte? Oder bin ich im Innersten ganz anders, viel weniger langweilig, als es auf den ersten Blick ausschaut? In der Moderne hat man mit Interesse festgestellt, dass viele Menschen irgendwann in die *Midlife-Crisis* geraten, in der Spätmoderne schon in die *Mid-Twenties-Crisis*. – Solchen Fragen haben sich jedenfalls alle zu stellen: Man hat sich

2 In den meisten Fällen wird im folgenden Text den üblichen Gender-Gepflogenheiten entsprochen, unterschiedlich mit Doppelnennung, mit Binnen-I oder mit abwechselnder Geschlechtsverwendung; in Einzelfällen wird jedoch aus sprachästhetischen Gründen den traditionellen Usancen gefolgt, die dem männlichen Geschlecht einen gewissen Vorzug einräumen. Im obigen Fall (und in entsprechenden Fällen) sind natürlich „Philosophinnen und Philosophen“ gemeint.

zu „entfalten“. Zu „finden“. Zu „gestalten“. In seiner Besonderheit, seiner Einzigartigkeit. Die Jugendlichen werden am Beginn des 21. Jahrhunderts nicht mehr für verrückt erklärt, wenn sie die Frage stellen: Wer bin ich? Wer will oder soll ich sein? Vielmehr wird ihnen diese Frage für eine hoffentlich gelingende Sozialisation mit auf den Weg gegeben. Man hat dabei, so die vorherrschende Überzeugung, einerseits das wahre Selbst zu *finden*, also das in der Person Verborgene auf irgendeine Weise an die Oberfläche der Wahrnehmbarkeit zu befördern, man hat andererseits sich selbst zu *gestalten*, also ein Self-Design-Projekt zu vollführen. Es herrscht die „Sucht, mit sich identisch zu sein.“ (Grawert-May 1992)

Hilfen, um die „Wer bin ich?“-Frage zu beantworten, gibt es im Netz eine Unzahl. Sie geben Ratschläge, wie man an die Selbstanalyse gehen sollte – etwa mit den folgenden Fragen: „Wie würdest du dich selbst für jemanden beschreiben, der dich nicht kennt? Was sind deine besonderen Stärken? Was sind deine größten Erfolge gewesen? Worauf bist du in deinem Leben richtig stolz und warum? Welche verschiedenen Rollen hast du im Moment in deinem Leben inne? Welche magst du, welche nicht so sehr? Die drei Dinge, die du am allerliebsten machst, sind ... Die berühmten drei Wünsche an die Fee – welches sind deine? Was möchtest du, was man später einmal über dich und dein Leben sagen soll?“³

Die Selbstgestaltungsaufgabe ist (in dieser ausgeprägten Form) ein Phänomen der neuesten Zeit. In traditionellen Gesellschaften haben sich die Menschen mit den praktischen Problemen des Lebens befasst, knapp an der Subsistenzschwelle, und damit waren sie weitgehend ausgelastet, während die Deutung des kargen Lebens ohnehin vorgegeben war. Es wäre nicht nur sonderbar und überflüssig, sondern möglicherweise auch sündhaft – ja „hoffärtig“ – gewesen, sich allzu ausgiebig mit sich selbst zu befassen; war doch der Mensch in ein Schicksal gestellt und in einen sinnhaften Gesamtzusammenhang gebettet. Freilich hat auch die mit dem

3 <https://www.zeitzuleben.de/wer-bin-ich-herausfinden-wer-man-ist/> (abgerufen am 8. Mai 2018).

modernen Verständnis von Identität verbundene Individualisierung eine lange Vorgeschichte, die man (wie beinahe bei allen geistesgeschichtlichen Phänomenen) zumindest bei den Griechen beginnen lassen kann. Aber erst in der Moderne wird es möglich, die Welt insofern als *Zufall* zu betrachten, als die realisierte nur eine von mehreren Optionen ist: *Alles könnte anders sein. Damit könnte auch das Individuum anders sein.*

Nach dem Dahinschwinden der natur-, vernunft- oder gottgegebenen Ordnung kann man über die Welt, die Gesellschaft und das Selbst in der Perspektive der Veränderung nachdenken. *Kontingenz* ist das Wesen und Problem der Moderne schlechthin – im Sinne einer *Möglichkeit von Möglichkeiten*. Peter L. Berger, Brigitte Berger und Hansfried Kellner haben in ihrem Buch über *Unbehagen in der Modernität* von der *Komponentialität* als Denkstil gesprochen. Es handelt sich um eine Betrachtung der Wirklichkeit, die sich in Elemente, Teile zerlegen und wieder zusammensetzen lässt – so wie die Schrauben oder Teile einer Maschine.

Aber „wegen der Pluralität der sozialen Welten in der modernen Gesellschaft werden die Strukturen jeder einzelnen Welt als relativ labil und unverlässlich erlebt. In den meisten vormodernen Gesellschaften lebt das Individuum in einer Welt, die viel einheitlicher ist. Deshalb erscheint sie ihm als festgefügt und möglicherweise als unausweichbar. Im Gegensatz dazu wird beim modernen Menschen durch seine Erfahrung der Pluralität der sozialen Welten jede einzelne von ihnen relativiert. Infolgedessen erfährt die institutionelle Ordnung einen gewissen Wirklichkeitsverlust. Der ‚Wirklichkeitsakzent‘ verlagert sich von der objektiven Ordnung der Institutionen in das Reich der Subjektivität. Anders ausgedrückt: Für das Individuum wird die Selbsterfahrung realer als seine Erfahrung der objektiven sozialen Welt. Es sucht deshalb seinen ‚Halt‘ in der Wirklichkeit mehr in sich selbst als außerhalb seiner selbst.“ (Berger et al. 1975, 70 f.)

Beim Blick auf die Person stoßen wir dabei freilich prompt auf ambivalente Sachverhalte: Was soll das sein, dieses wahre Selbst? Wie findet man es?

Ichismus, Ich-Jagd, Ichologie

Wenn man Lifestyle-Zeitschriften durchblättert, Werbeplakate studiert, Zeitungsbeilagen überfliegt oder Verhaltensweisen interpretiert – alles dreht sich um das Individuum (Schroer 2000, 2006, 2010; Hahn 2000; van Dülmen 2002; Ernst 1996; Müller 2009) und seine Identität. Was ist das Selbst? Es gibt *philosophische* Antworten, seit den Tagen des weisen Sokrates; *sozialphilosophische* Antworten, wenn wir etwa bei den schottischen Moralphilosophen nachschlagen; *psychoanalytische* Antworten, seit den Spekulationen des gleichermaßen fantasievollen wie illusionslosen Sigmund Freud mit seinem „Es“, „Ich“ und „Über-Ich“; *soziologische* Antworten, etwa auf den Spuren von George Herbert Mead, der zwischen Person und Gesellschaft mit der Unterscheidung von „I“ und „Me“ eine Brücke geschlagen hat. Viele haben auf sich selbst geblickt: Augustinus, Montaigne, Rousseau. Viele haben ihr Inneres erforscht, etwa um ihre Sünden zu reflektieren: Ich-Bespiegelungen. Es gibt Tagebücher und Memoiren, die sich um die Ergründung der diversen Selbste bemühen; und neuere Formate: Talkshows und persönliche Features, soziale Netzwerke unterschiedlichster Art, die jeweils spezifisches Know-how in der Selbstdarstellung erfordern. Essenziell ist jedoch für die Insassen der späten Moderne die lebenspraktische Frage geworden, der man insbesondere in den Jugendjahren kaum entkommen kann: Wie lege *ich* mich an? *Ich! Ich* ganz besonders. Die Welt ist voll von „Ichologien“: Ich-Ideologien. Diese speisen den „Ichismus“, die stärkste Ideologie entwickelter Gesellschaften.⁴ Alle sind auf der „Ich-Jagd“ (Gross 1999).

4 Das ist keine unnütze Aneinanderreihung von Begriffen, die dasselbe besagen. Der „Ichismus“ ist die ideologische Botschaft von der Notwendigkeit der Individualisierung. Er ist deshalb etwas ganz anderes als seine Übersetzung, der „Egoismus“, ein Begriff, der schon die negativen Seiten einer derartigen Orientierung herausstellt. Die „Ichologie“ ist die jeweilige Lehre von der Rechtfertigung der Ich-Orientierung, und sie tritt in ganz verschiedenen Spielarten auf. Aber das sind natürlich begriffliche Spielereien, auf die man auch verzichten kann.

Der Lebenskunst-Philosoph Wilhelm Schmid spricht vom überschießenden *Ichismus* der Moderne: Das Ich – ein ewig junges Ich, immerdar und ewiglich (Schmid 2014). „Forever young, I want to be forever young, Do you really want to live forever? Forever young.“⁵ Diese Ichbezogenheit, sagt Schmid, mündet heute schon fast in die Formulierung: „Liebe dich selbst, und es ist egal, was du kaputtmachst.“ Diese enorme Betonung des Ich sei kein Zeichen von Stärke, sondern von Ich-Schwäche.⁶ Eine prägnante Variante von Ichologie findet sich in dem Buchtitel: „Liebe dich selbst und es ist egal, wen du heiratest“ (Zurhorst 2009). Ob dieser Partnerschaftsgestaltungsratschlag aufgeht, ist fraglich. Spezifischer wird der Begriff angewendet, wenn dem Journalismus attestiert wird, dass er zunehmend das Ich-Narrativ aus sozialen Netzwerken übernimmt: „Wie sich die Egomane in den Journalismus frisst.“⁷ Selbst wenn vom „Ende der Egomane“ (Richter 2017) die Rede ist, ist damit nur der „moralische Umkehr-Appell gemeint – und die faktisch dominierende Egomane bestätigt.

Die Vereinzigartigung von allem

Hat man beim Blick auf das Individuum in den letzten zwei Jahrzehnten immer stärker betont, dass die Logik der Individualisierung auf Authentizität, Außerordentlichkeit, Einzigartigkeit, Besonderung der einzelnen Person hinausläuft, so verallgemeinert Andreas Reckwitz dieses Bestreben auf alle Teile einer modernen Welt (Reckwitz 2017). *Alles strebt zur Einzigartigkeit*: Autos und

5 Es handelt sich um einen Song der Gruppe Alphaville, der ziemlich bekannt geworden ist. Der Text findet sich auf <https://www.google.com/search?q=forever+young&ie=utf-8&oe=utf-8&client=firefox-b-ab> (abgerufen am 23. Mai 2018).

6 <https://www.augsburger-allgemeine.de/kultur/Journal/Philosoph-Wilhelm-Schmid-Koennen-nicht-immer-positiv-denken-id50755906.html> (abgerufen am 23. Mai 2018).

7 <https://www.cicero.de/kultur/ichismus-wie-sich-egomanie-in-journalismus-frisst/57468> (abgerufen am 23. Mai 2018).

Gaststätten, Universitäten und Museen, Regionen und Städte, Therapien und Medikamente, Schulen und Kindergärten, Software und Hardware. Heute will alles (die Dinge, die Ereignisse, die Räume, die Zeiten, die Waren und die Dienstleistungen) und wollen alle (die Subjekte, die Kollektive) *singular* sein. „*Singularisierung*“ heißt dabei mehr als die in vielen anderen Zeitdiagnosen herausgehobene Suche nach „Selbständigkeit und Selbstoptimierung“, sondern – in der dargestellten Weise – das Streben nach Einzigartigkeit und Außergewöhnlichkeit.

Georg Simmel, der Soziologe der Individualisierung, hat seinen Begriff der sozialen Differenzierung unter Bezugnahme auf (a) Arbeitsteilung, (b) Rollendifferenzierung und (c) Funktionsdifferenzierung analysiert (strukturelle Veränderungen, durch die Potenziale zur Individualisierung freigesetzt werden); und er hat die positiven Konsequenzen (Befreiung, Wohlstand, Autonomie) ebenso gesehen wie die negativen Konsequenzen (Unsicherheit, Widersprüchlichkeit, Vereinsamung). Er hat aber auch zwei unterschiedliche kulturelle Traditionen unterschieden, die er als romanischen und germanischen Individualismus bezeichnet hat. Der *romanische Individualismus* ist stilgebunden, er will sich aus der Masse herausheben, es geht um Distinktion, um Verdeutlichung, um die Spitze. Das Ideal des *germanischen Individualismus* ist hingegen die Einzigartigkeit, die Einmaligkeit, die Unikalität (Simmel 1901). Von der letzteren Variante ist hier die Rede.

Im Streben nach Einzigartigkeit verbinden sich individuelle Wünsche und gesellschaftliche Erwartungen. Die wesentliche soziale Triebkraft ist – wenig überraschend – die neue *Mittelschicht*, die über ein hohes Bildungskapital und überhaupt kulturelles Kapital verfügt; ihre Sichtweisen sind zum Leitmilieu der Spätmoderne geworden: Der Lebensstandard wird von der Lebensqualität überlagert; das authentische Selbst gewinnt an Bedeutung; romantische Ideale (die schon in der Lebensreformbewegung der Jahrhundertwende und in der Gegenkultur der 1960/70er Jahre eine große Rolle gespielt haben) werden zu zentralen Kräften. Gleichzeitig transformiert sich die industrielle Gesellschaft zu einer *Kulturöko-*

nomie, mit dem Zentrum der Kreativwirtschaft, in der gleichfalls die Singularisierung eine große Rolle spielt. Denn in einer gesättigten Gesellschaft können Wachstum bzw. Absatz nur forciert werden, indem man nicht auf die funktionale Versorgung mit Gütern setzt, sondern auf kulturelle bzw. symbolische Botschaften, auf die Hoffnung, ein Erlebnis zu spüren, auf neue Formen des Prestiges – nur auf diese Weise kann man die *Vision der Grenzenlosigkeit* vorantreiben. Beide Elemente ergänzen einander: die Expansionslogik einer Konsum- und Wachstumsgesellschaft sowie die Authentizitätslogik des Individuums.

Für die Identität des Einzelnen wird es wichtig, dass in Anbetracht der Säkularisierung, durch die Gottes Lebensanleitung dahingeschwunden ist, das Leben selbst „kuratiert“ werden muss, und es wird vor allen anderen, die als Publikum dienen, „performed“. Das ist zugleich eine hochemotionelle Angelegenheit. Es ist in der Sicht von Reckwitz die alte Moderne, in der die Logik der Rationalisierung vorgeherrscht hat, während in der neuen (späten, zweiten) Moderne die Verleihung von Werten, die Anerkennung des Wertvollen, nur im Rahmen des Singularisierungsgeschehens erfolgen kann. Nun kann man in mancher Hinsicht eine Kritik am Modell von Reckwitz vorbringen⁸, aber im Grunde hat er nur bestimmte Mechanismen beschrieben, wie sich die Individualisierung in der Gegenwart durchgesetzt und generalisiert hat – und eben nicht nur in Bezug auf die einzelnen *Akteure*, sondern als eine *Systemlogik*, in der dasselbe Prinzip für einen Großteil der *Institutionen* prägend wird. Auch für das Museum wäre es unzureichend, wenn bloß eine attraktive Impressionismus-Ausstellung gezeigt würde; sie muss einzigartig sein, es muss die größte jemals gezeigte Exposition sein, es werden noch niemals gezeigte Bilder ausgestellt ... Jede Stadt gibt sich auf die Suche nach ihrer *unique*

8 Vgl. dazu die kritischen Beiträge in der Online-Zeitschrift Soziopolis von Wolfgang Knöbl, Cornelia Koppetsch, Berthold Vogel, Felix Trautmann, Martin Saar, Dirk Hohnsträter, Hartmut Rosa, Stephan Moebius sowie die Antworten von Andreas Reckwitz.

selling proposition; und ob sie nun eine solche hat oder nicht – im Tourismusprospekt steht auf jeden Fall, dass es sich um eine ganz unvergleichbare Ansiedlung handelt ... Zwei praktische Beispiele für die Poetik der Einzigartigkeit:

Beispiel 1, Texte von der Webseite eines neu eröffneten Hotels: All das Neue so vertraut, all das Vertraute so neu. Ein Lieblingslied aus Farben und Mustern, von kleinen Details zum großen Moment. Freunden begegnen in der Fremde – ein Wiederkehren, ohne jemals da gewesen zu sein. Und es gibt kein Schlafen, es gibt nur Träumen, wo Fragen auftauchen, ohne nach Antworten zu verlangen. Wo weit weg ganz nah' kommt und lang' bleibt, wie die Zeit. – Keines wie das nächste. Jedes Zimmer, von Grund aus verschieden. Die selbstverständliche Vielfalt, in all ihrem Sein. Formen und Farben voller Unterschiede. Stoff und Substanz, zärtlich vereint. Ein Hauch zieht hinein, ein Sinn treibt hinaus. Die grobe Harmonie in einer Flut aus Feinheiten. – Beautiful things to take with you. The store. Teller unter Vasen, neben Lampen über Tischen, hinter Sesseln vor Regalen; all die Dinge, die begeistern und das Wertvolle bewahren. Dekoration und Interieur; handselektiert von überall her. Ein Store voller Besonderheiten. – Alles ganz nah. Der Genuss und das Träumen, das Jetzt und die Stadt.

Beispiel 2, Texte von der Webseite eines neu eröffneten Restaurants: essen soll ein erlebnis sein. eine wilde achterbahnfahrt für all deine sinne. genau dieses erlebnis erwartet dich [...]. deine augen werden augen machen. for real. – aromatischer kaffee, schwärzer als die tiefsten abgründe deiner seele. hochprozentige cocktails, die deine sinne verzaubern werden. und hausgemachte limonaden, so süß, wie das sanfte prickeln eines guten-morgen-kusses.

(Das alles ist Originaltext, aber die Quellenangabe soll bewusst unterbleiben, da dieses Haus ja nur als typisches Beispiel gezeigt werden soll.)

Poesie der Einzigartigkeit: Es ist die Poesie, die auf der Seite der Institution ebenso wie auf der Seite des möglichen Kunden die Dimensionen von Erlebnis, Gefühl, Außerordentlichkeit wachruft. In diesen Texten wird auch diese Verklammerung deutlich: Es wird

mit der Einzigartigkeit der Person und ihres Erlebnisses argumentiert, die abgeleitet wird von der Einzigartigkeit der Institution. Zwei Ergänzungen zur Einzigartigkeitstheorie sind angebracht:

1: Es gilt sowohl für die Institutionen als auch für die Individuen, dass die Einzigartigkeit nur bedingt umgesetzt werden kann. So viel Originalität kann es gar nicht geben; und die Funktionsfähigkeit des Gebildes benötigt ein hohes Maß an Berechenbarkeit und Normalität; viele Märkte funktionieren nach Standards und halten Arbeitsleistung sehr wohl auf den vorgesehenen Schienen. Wenn man Tourismusprospekte ansieht, wird die *singularisierte Standardisierung* besonders deutlich; denn weltweit haben sich mcdonaldisierte Regeln (Ritzer 1993) herausgebildet, was man auf verschiedenen Ausgabenniveaus, beispielsweise von Hotels, erwarten darf. Reckwitz übertreibt vielleicht die reale *Durchsetzungskraft* des Singularisierungsprinzips, aber er liegt richtig bei der Beschreibung des *Selbstverständnisses*, welches die Akteure erfasst hat, welches ihnen aber auch abgefordert wird. Genau an dieser Stelle, an der sich eine Kluft auftut zwischen der Story und der Realität, kommt das Bluff-Verfahren zur Anwendung. Man muss die Kluft schließen, man muss die angestrebte und eingeforderte Einzigartigkeit mit der praktisch erforderlichen Konformität versöhnen, die Außerordentlichkeit mit der tatsächlich eintretenden Normalität – und das erfordert einen gewissen legitimatorischen Aufwand. (Das oben geschilderte Hotel ist eine Maschinerie, in der alles funktionieren muss, und das erfordert viel Nüchternheit; da mag man über Träume reden, die Kundschaft würde es aber nicht akzeptieren, wenn das Badezimmer schlecht geputzt ist – es handelt sich also um eine hocheffiziente Organisation, über die ein Vokabular von Poesie, Träumerei, Sinnlichkeit gelegt wird.)

2: Das Modell von Andreas Reckwitz lässt sich noch in anderer Richtung ergänzen, nämlich in einer Betrachtung der kulturell aufgeladenen, *symbolischen Ökonomie* in den reichen Ländern der westlichen Welt. Oft werden nur die Reichen und Superreichen auf

der ganzen Welt ins Auge gefasst, wenn „kulturell angereicherte“ Waren in den Blick kommen (Boltanski und Esquerre 2018). Musterbeispiel ist der Bereich der Kunst, dessen moderne Objekte sich dadurch auszeichnen, dass sich aus dem Objekt selbst kein Kriterium mehr gewinnen lässt, welches Kunst von Nichtkunst unterscheidet; es ist die extreme Form einer auratischen „Aufladung“, die aus einem beliebigen ein kostbares Objekt macht – man denke an zahlreiche Installationen, die mit bloßen Alltagsgegenständen bestückt sind und oft nicht einmal Einfallsreichtum verraten (Ullrich 2008). Aber dieselben Mechanismen ziehen sich durch alle Arten und Schichten von Produktangeboten: von der Mode zum Wein, von den Sportfahrrädern zu den Pullovern, von den Uhren zu den Ledertaschen. Auch ein T-Shirt, welches andernorts um zehn Euro verkauft wird, gewinnt eine symbolische Aufwertung, wenn in großen Lettern vorne Hilfiger draufsteht (auch wenn die beiden T-Shirts aus derselben Fabrik irgendwo in einem unterentwickelten Land kommen). Wein und Bluff sind bekanntlich in enger Verquickung. Vereinzigartigung ist die Strategie, die überall dort, wo die Kombination mit „Kult-“ vorkommt, erfolgreich umgesetzt wurde: eine Kulttasche, Kult-Sneakers, ein Kult-Lokal, ein Kult-Auto.

B Die Maske – Konformisierung und Normalisierung

Das Selbst ist der attraktive Fluchtpunkt, wenn spätmoderne Menschen sich mit ihrer Lebenswelt befassen; aber es sind natürlich nicht Monaden, Einzelwesen, personelle Inseln, die so originell sind, dass sie einander nicht verstehen können. Es muss eine Reihe von vorder- und hintergründigen Mechanismen der Gesellschaft geben, die darauf hinwirken, dass die *Botschaft von der Individualisierung in eine sozialverträgliche Konformität umgearbeitet* wird. Sonst gäbe es schlicht keine Gesellschaft. Also haben wir es in Wahrheit mit dem Befund zu tun, den die Soziologen – zumindest seit Georg Simmel – immer gewusst haben:

Die These von der individualisierten Gesellschaft und der originellen Identität ist nur die halbe Wahrheit – oder jedenfalls eine kräftige Übertreibung. Das nimmt ihr nichts von ihrer Glaubwürdigkeit und Attraktivität.

Verstehbarkeit alltagsweltlicher Wahrnehmungen

Man findet Plausibilität für den Widerspruch gegen das weithin dominierende Vorhandensein einzigartiger Menschen auf der *Ebene des alltäglichen Erlebens*, im Sinne einer Gegenwartsethnographie: Wenn man durch die Straßen flaniert, mit Bekannten plaudert oder die Zeitschriften durchblättert, dann hat man nicht den Eindruck, dass man überall auf originelle, authentische Personen stößt, dass es überall von glaubwürdigen Unikaten wimmelt.

I: Die *äußeren* Erscheinungsformen haben durchaus etwas Einheitliches oder Gleichförmiges, die Jungen kommen mit ihren Sneakers und ihren Backpacks daher, Wasserflasche in der einen, Smartphone in der anderen Hand. Die Pensionisten haben mitt-

lerweile die Jeans und Baseball-Kapperl entdeckt. An die Gebote der Mode halten sich so viele Menschen wie nie zuvor, allerdings ist die Mode selbst differenziert und liberalisiert worden. Die Originalität reicht oft nicht weiter als bis zum aktuellen Modetrend. Die „Mädels“ (mit einem angelsächsischen Plural), mit dem Streifen Haut zwischen T-Shirt und Hose, auch wenn es ziemlich kalt und die Hüfte nicht allzu schlank ist, haben da und dort ein bisschen Metall eingepfriemt, in Nase, Ohr und anderswo. Die Burschen mit den Standardfrisuren, je nach Gesellschaftslage, weiter unten wieder einmal eingefettet und zupfig hochgezwirbelt. In der Unterschicht wuchern die Tätowierungen, in einer sonderbaren Form der Selbstkenntlichmachung. Schwarze Sonnenbrillen, Ray Ban, die sie aus den amerikanischen Agentenfilmen übernommen haben. *Miami Vice*. *Men in Black*. Visualisierungen des gefühlten, konstruierten Selbst. Aber Ray Ban quillt nicht aus der Seele, ganz einfach so. Ray Ban kommt irgendwo her. Ebenso wie die Nike Sneakers oder die zerrissenen Jeans von Abercrombie & Fitch. Schließlich handelt es sich durchwegs um Massenproduktion, die aber zu einer ganz individuellen Dekoration von Konsumentinnen und Konsumenten uminterpretiert werden muss. Sogar in einer Kolumne in der Männerzeitschrift GQ wird vom „haltlos wuchernden Selbstdarstellungszwang“ gesprochen, von der „extralauten Designermode“, die ihre Marken überall unterbringen will: eine gigantische Geldmaschine für die Labels. „Was mich betrifft, so kann sich jemand, der sich Buchstaben in gigantischem Goldlamé auf die Brust pressen lässt, gern auch gleich mit dem Edding ‚Ich leide unter einer schweren Persönlichkeitsstörung‘ auf die Stirn schreiben. Es ist die gleiche Botschaft.“ (Tingler 2009) Aber das sehen viele anders. – Es gibt durchaus Neuerungen: An der Anzahl der Metallgegenstände, die in den Körper gebohrt werden, und an der Anzahl der Tattoos, mit denen derselbe verziert wird, lässt sich (in einer einigermaßen adretten Korrelation) der soziale Status ablesen, allerdings mit abnehmender Treffsicherheit. (Früher hätte man von „unfreiwilliger Selbststigmatisierung“ gesprochen.) Manager tragen nach wie vor ihre schicken Anzüge; die

Figuren sind schlanker geworden, die Anzüge deutlich enger; doch neuerdings treten sie – in coolem Gestus – immer öfter nicht mit Krawatten, sondern mit offenen weißen Hemden auf, weil sich ein Hauch von Progressivität ziemt, aber auch das geschieht wieder ziemlich einheitlich.

2: Die *inneren* Erscheinungsweisen sind nicht weniger gleichförmig. Als gar so unterschiedlich erweisen sich die Auffassungen über die Welt nicht; wohl gibt es unterschiedliche Milieus, in denen jeweils ein hohes Ausmaß an Übereinstimmung herrscht, von den Weltverbesserern in ökologischen und xenophilen Angelegenheiten bis zu den Abendlandverteidigern und Skinheads auf der anderen Seite des Spektrums. Auch die Selbstpräsentation der Szenen ist voraussehbar: das angeberisch-männliche Auftrumpfen von Arbeitern, das sanfte Reden des Pfarrers, die Bekenntnisrituale der Talkshows.

Jeder weiß, was der wohldotierte Generaldirektor sagen wird, wenn er bei einer Wirtschaftsversammlung eine Rede hält, und wie er sich spreizen wird, wenn er in einer Talkshow oder einem Interview über seine privaten Interessen Auskunft geben soll: Er wird sozial verantwortlich sein, bescheidene Vorlieben haben, auch beim Essen, einige Kunstinteressen empfehlen sich. Geld ist ihm (natürlich) kein Anliegen; man hat es ja. Ein passendes Lieblingsbuch muss er sich rechtzeitig überlegt (oder einschlägigen Rat eingeholt) haben, aber das Wichtigste wird ihm seine Familie sein – er wird das wiederholt betonen, und er wird das möglicherweise alles auch noch selbst glauben. Es ist eher verblüffend, wie ähnlich sie alle einander sind. Keine Rede von Individualität.

Die Visualisierungen sind nur die materiellen Ausstülpungen der Gefühle, der psychischen Resonanzen, der vermeintlich authentischen „Kerne“ im Selbst. Sind die Selbstdarstellungsformen bei *Instagram* originell? Da vertreten doch die meisten dieselben Auffassungen und äußern dieselben Slogans, sie lieben denselben Typus von Musik und gestalten die Freizeit auf ähnliche Weise – das sind ja gerade die gruppenbildenden Items. Die Person wird zum *Dis-*

play, auf dem angezeigt wird, was angeblich innen drinnen ist. Das geht nur mit konsumistisch-dekorativen Mitteln. Ein Bandmusiker, Jarvis Cocker, sagt in der Zeitschrift *Spex*: „Kunst ist ja auch Konsum. Und wir konsumieren wie die Blöden. Gehen Sie mal auf Myspace. Die Profile der Leute sind nichts anderes als Auflistungen der Dinge, die sie konsumieren. Sie knüpfen Freundschaften auf der Basis der Schnittmengen ihres Konsums. Du magst Depeche Mode? Cool, ich auch. Lass uns Freunde sein! Das ist doch verrückt.“ (Cocker 2009, 48) Man bestimmt die Gruppe, zu der man gehört, und zu den anderen gehört man nicht, weil man sich unterscheidet.

Es gibt „zähe“ Bereiche, in denen sich die Konventionen halten: Die Mädchen möchten Friseurinnen werden, die Burschen Automechaniker. Frauen bekommt man, trotz allen Werbeaufwandes, nicht so recht in die Technik. Es gehört zu den öffentlich propagierten Vorstellungen, dass Mädchen eigentlich in die Technik gehen würden, wenn man sie nicht abschreckte oder ihnen ein falsches Bewusstsein einimpfte, und diese These vom richtigen Leben verteidigen die Gesellschaftsreformer notfalls aggressiv. Aber viele der von ihnen umsorgten Personen *wollen* diesen Vorschriften einfach nicht entsprechen; also muss man sie mit allen Mitteln dahin bugsieren. Rechtfertigung: Die Mädchen haben ein *falsches Bewusstsein*. Die öffentlichen Instanzen wissen, was ihnen frommt, sie wissen, was ihre wahren Bedürfnisse sind – jedenfalls nicht der Beruf der Friseurin oder der Sekretärin, und schon gar nicht die Perspektive zahlreicher Kinder und einer häuslichen Tätigkeit. Auch andere Wertungen lassen sich leicht sozialstrukturell zuordnen. Ökologische Anliegen sind eher im studentischen Milieu beheimatet; ein Studierender, dem der Klimaschutz kein Anliegen ist, würde sich aus seinem Freundeskreis rasch hinauskatapultieren. Es ist selbstverständlich, dass man für das Kyoto-Protokoll (und die späteren Vereinbarungen) und für Entwicklungshilfe eintritt – solange das die eigene Bequemlichkeit nicht beeinträchtigt. Auch andere Konventionen sind selbstverständlich. Befragungen über Politik fördern regelmäßig den Anspruch der Jugendlichen zu Tage, dass sie „mitreden“ wollen. Sie sind entrüstet, weil sie ihres Erachtens zu wenig zu politischen Problemen gefragt werden; auch wenn zur selben Zeit zum Aus-

druck kommt, dass sie nicht einmal zwischen dem Bundespräsidenten und dem Bundeskanzler unterscheiden können und Politik überhaupt uninteressant finden. Aber auch das gehört zu den gängigen Konventionen: Ansprüche werden keineswegs an substantielle Kenntnisse oder Leistungen zurückgebunden.

Die Identitätsbastelei führt oft zu ziemlich ähnlichen „Bastelexistenzen“. Es gibt „Wahlbiografien“ (Ley 1984), aber sie unterscheiden sich oft nicht sonderlich. Bastelei nach dem Muster von Dilettanten im Baumarkt: Die Auswahl ist groß, die Entscheidung ist frei, und am Ende haben alle dasselbe Balkongeländer auf dem Wochenendhaus. Die Individuen investieren viel Überlegung in das individuelle Outfit, und doch kommt letztlich ein ziemlich einheitliches Bild zustande. Sie setzen sich mit ihrem Innenleben auseinander, aber die Originalität der Weltinterpretation lässt zu wünschen übrig. Die „Vorlagen“ aus den Massenmedien sind einprägsam, oft mit amerikanischem Akzent. Das deutschsprachige Fernsehen ist vollgestopft mit amerikanischen Filmen und Serien, und bei den Kids wird sichtbar, dass selbst die *Körpersprache* eine andere wird, ähnlich den Personen, die sie stundenlang jeden Tag (elektronisch) beobachten können.

Der Druck gesellschaftlicher Funktionalitäten

Zur Begründung eines zunächst oberflächlich erlebbaren Konformismus kann man auf der *Ebene der gesellschaftlichen Funktionalität* argumentieren. Mit einem Sammelsurium von Monaden, die alle tun, was sie wollen, würde eine komplexe Gesellschaft wie jene der Spätmoderne nicht funktionieren. Sobald Individualität massenwirksam zu werden droht, muss sich die Gesellschaft mit funktional erforderlicher Gleichheit, Typisierung und Standardisierung beschäftigen, mit der *Herstellung hinreichender Ähnlichkeit und Diszipliniertheit*. Es ist eine Illusion, Individuen weitgehend tun zu lassen, was immer ihnen einfällt oder wozu sie gerade Lust haben;

sie würden zu Quellen von Störungen mit unabsehbaren Folgen. Wie sollte eine Masse von „Originalen“ zusammenarbeiten? Teamfähig sein? Zeitgerechte Vorleistungen für andere erbringen? Ihre Spontaneität muss wieder „eingefangen“ werden, wenn es nicht um unverbindliche Bekundungen, sondern um etwas Ernsthaftes geht. Mit einer Gesellschaft spontaner Menschen wird der Busfahrplan nicht funktionieren. Produkte im Supermarkt sollen standardisiert sein, nicht individualisiert – man will sich darauf verlassen können, was in der Packung ist. LehrerInnen sollen sich an den Lehrplan halten, nicht nach Gutdünken dies und jenes unterrichten. Schließlich muss dieses verwobene Gebilde der modernen Welt funktionieren.¹

Die „soziale Maschine“ ist empfindlich: Ihre einzelnen Teilchen müssen funktionieren, wie es vorgesehen ist, und die Individuen, als Zahnrädchen in der großen Apparatur, müssen zum zuverlässigen Funktionieren gebracht werden. Maschinen können keine „spontanen“ Zahnrädchen brauchen. Während die Aussage, dass der Mensch denke, aber Gott lenke, nicht sonderlich aktuell ist, sind es mehr und mehr die „Systeme“, die denken und lenken. Norbert Elias hat die Bedeutung dieser Interdependenzen in seiner „Theorie der Zivilisation“ dargelegt: „Pläne und Handlungen, emotionale und rationale Regungen der einzelnen Menschen greifen beständig freundlich oder feindlich ineinander.“ (Elias 1978/79, II 314) Die Verflechtung braucht Selbstkontrolle: „Was der abendländischen Entwicklung ihr besonderes Gepräge gibt, ist die Tatsache, dass in

1 Cornelia Koppetsch behauptet eine *Wiederkehr der Konformität*, objektiv oder subjektiv (Koppetsch 2013). Objektiv würde bedeuten: Es müssen konformisierende Kräfte namhaft gemacht werden, die eine neue Normalität durchsetzen. Subjektiv würde bedeuten: Es gibt ein vages Gefühl, dass der Nonkonformismus unter Druck steht, dass die Konformität wieder Oberhand gewinnt. – Man könnte einfach argumentieren: In Krisenzeiten steigt der Konformitätsdruck. Wenn Chancen befriedigender Etablierung in Arbeits- und Familienwelt abnehmen, verschärft sich die Konkurrenz, und wer anschlussfähig bleiben will, muss sich am Riemen reißen. Wir argumentieren hier um eine weitere Ecke: Es wird nicht die Ideologie der Individualisierung eingebremst oder durch neue Zwänge zurückgedrängt, die Kluft wird vielmehr durch Bluff überbrückt.